

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Imam Hidayat, Mayla Tasliyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang
maylaatasliyahhh@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine the factors that influence company value. There are several factors used, including company size, profitability, leverage. The purpose of this study is to empirically examine whether company size, profitability, leverage, influence the value of the company in consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange. In this study experienced a fluctuating phenomenon in the consumer goods industry sector companies listed on the Stock Exchange in 2014-2017. The population used as the object of observation is 23 consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2014- 2017. Determination of research samples using purposive sampling method and obtain a sample of 43 consumer goods industry companies based on certain criteria. The results showed that the size of the company did not affect the company's value, leverage and profitability had a significant effect on the value of the company. In this study there were still many limitations and disadvantages, namely, the influence of the independent variable was only able to explain 79.6% so it needed additional other independent variables.*

Keywords: *Company size, Leverage, Profitability to firm value*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang digunakan antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, berpengaruh nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini mengalami fenomena yang fluktuatif pada sektor perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017. Populasi yang dijadikan objek pengamatan berjumlah 23 perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2014-2017. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode purposive sampling dan memperoleh sampel sebanyak 43 perusahaan industri barang konsumsi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan yaitu, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya mampu menjelaskan sebesar 79,6 % sehingga perlu penambahan variabel independen lainnya.

Kata Kunci: *Ukuran perusahaan, Leverage, Profitabilitas terhadap suatu nilai*

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha dan merupakan tempat berkumpulnya tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan

kewirausahaan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya. Ketika laba meningkat, nilai perusahaan akan naik dan kenaikan tersebut diikuti

oleh naiknya harga saham. Dengan naiknya harga saham perusahaan berarti, meningkatnya nilai perusahaan itu sendiri (market value of the firm). Nilai perusahaan yang semakin meningkat mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga semakin meningkat.

Setiap perusahaan juga mempunyai tujuan jangka panjang dan jangka pendek, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Novari dan Lestari, 2017).

Nilai perusahaan yang akan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Nilai perusahaan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

Investor dalam melakukan keputusan investasi di pasar modal memerlukan informasi tentang penilaian saham. Terdapat tiga penilaian yang berhubungan dengan saham, yaitu nilai buku (book value), nilai pasar (market value) dan nilai intrinsik (intrinsic value). Salah-satu pendekatan dalam menentukan nilai intrinsik saham adalah price book value (PBV). PBV merupakan salah

satu rasio penilaian yaitu rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasi dengan cara membandingkan nilai pasar saham terhadap nilai buku (Kasmir, 2009). Hal tersebut dapat membantu investor dalam menentukan keputusan investasi dipasar modal (Aspara dan Indriani, 2017). Semakin tinggi harga saham disuatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan (Setia, 2008).

Leverage adalah gambaran dari pemakaian utang oleh suatu perusahaan untuk membiayai operasional perusahaan. Leverage merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset dan leverage yang tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Perubahan leverage menghasilkan perubahan dalam tingkat pengembalian dan risiko (Sundjaja dan Berlian 2003). Nantinya penggunaan aset (aktiva) atau dana dimaksudkan untuk meningkatkan keuntungan potensial bagi para pemegang saham. Dalam perusahaan dikenal dua macam leverage, yaitu leverage operasi (operating leverage) dan leverage keuangan (financial leverage). Penggunaan kedua leverage ini bertujuan untuk memperoleh

keuntungan yang lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya (Martono dan Harjito 2005). Dengan utang yang dimiliki perusahaan maka diharapkan perusahaan mampu mendanai dan mengelola aset yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan sehingga nilai perusahaan akan semakin naik.

Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai leverage yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan leverage yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Analisa, 2011). Leverage merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan leverage sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan.

Profitabilitas adalah kemampuan untuk memperoleh laba. Laba diperoleh perusahaan yang berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas juga merupakan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Profitabilitas perusahaan dapat dihitung menggunakan rasio Return On Asset (ROA).

Variabel ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan

maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktu yang relatif lama. Rai dan Merta (2016) mengatakan bahwa besar kecilnya total aktiva maupun modal yang digunakan perusahaan merupakan cerminan dari ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Khumairoh et al, 2016).

Perusahaan yang memiliki total aset dengan jumlah besar akan lebih banyak mendapatkan perhatian investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya, serta pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan (Cecilia et al, 2015).

Dengan demikian berdasarkan penjelasan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- c. apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Kegunaan dari penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya. Bagi pembaca hasil penelitian ini dapat digunakan referensi maupun penambahan wawasan pembaca. Bagi peneliti penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta menerapkan ilmu yang selama ini didapatkan dari materi sebelumnya yang didapat selama masa perkuliahan

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEÓRI

1. Signaling Theory

Signaling theory (Teori Sinyal) Menurut Brigham & Houston (2014) menjelaskan bahwa teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi

petunjuk bagi investor bagaimana manajemen memandang proses perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasi keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi tidak diluar perusahaan. Informasi tersebut bagi investor pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

Signaling theory menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi yang terjadi (asimetri) antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar. (Brigham & Houston, 2014)

Peningkatan hutang juga dapat diartikan pihak luar tentang kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya dimasa yang akan datang atau resiko bisnis yang rendah, sehingga penambahan

hutang akan memberikan sinyal yang positif (Brigham & Houston, 2011). Hal ini karena perusahaan yang meningkatkan hutang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Teori sinyal ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah dengan cara melakukan observasi kepemilikan struktur permodalannya serta menandai valuasi tinggi untuk perusahaan highly level dan equilibrium stabil karena perusahaan bernilai rendah tidak dapat meniru perusahaan yang lebih tinggi. Kebijakan dividen sering dianggap sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya perusahaan, hal ini disebabkan karena kebijakan dividen dapat membawa pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Kenaikan jumlah dividen dianggap sebagai sinyal bahwa manajemen perusahaan meramalkan laba yang baik dimasa depan (Brigham & Houston, 2011).

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi seorang manajer maupun bagi seorang investor. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan (Prihapsari, 2015).

Husnan (2014:7) dalam Suwardika (2017) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut

dijual. Ketika suatu perusahaan tersebut telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi.

Tujuan perusahaan yang utama adalah memperhatikan kesejahteraan pemilik perusahaan dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi calon investor yang menginvestasikan dana pada perusahaan. Nilai perusahaan dipasar modal akan meningkat apabila ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan yang sudah terdaftar di *go public* di pasar modal tercermin dalam bentuk harga saham perusahaan (Mardiyati, dkk, 2012).

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Analisa,

2011). Ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan karena nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan penjualan (Sudarmadji dan Sularto, 2007).

Dalam penelitian Suwardika (2017) variabel ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktu relatif lama. Rai dan Merta (2016) mengatakan bahwa besar kecilnya total aktiva maupun modal yang digunakan perusahaan merupakan cerminan dari ukuran perusahaan.

Dalam penelitian Suwardika (2017) umumnya perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak kreditur untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Pramana dan Mustanda, 2017).

4. Leverage

Dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini,

2010:76). Rasio leverage merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman (Wiagustini, 2010:77).

Rizqia,dkk. (2013) dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) menyatakan bahwa dalam manajemen keuangan, leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Tujuan perusahaan menggunakan leverage agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Begitu pula sebaliknya, leverage juga meningkatkan variabilitas (risiko) keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan pemegang saham.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (retained earning) dan penyusutan (depreciation) dan dari eksternal perusahaan yang berupa hutang atau penerbitan saham baru (Pratama dan Wiksuana, 2016). Leverage merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan leverage sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai

perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan.

Dalam penelitian Suwardika (2017) penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai leverage yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan leverage yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Analisa, 2011). Leverage merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan leverage sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan.

5. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan variabel yang juga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh perusahaan (Husnan dan Enny, 2002:56). Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin

besar kepada investor dalam (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Dalam penelitian Utami (2017) rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh return on assets (ROA) dan return on equity (ROE). ROA dan ROE digunakan sebagai pengukuran rasio profitabilitas karena memiliki keunggulan yaitu mudah dihitung dan dipahami. Munawir (2007) menyatakan bahwa return on asset menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan tersebut. Semakin besar ROA menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi (return) semakin besar.

ROE merupakan rasio yang menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. ROE membandingkan besarnya laba bersih terhadap modal sendiri.

Semakin tinggi ROE menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengembalian terhadap investasi yang dilakukan dan semakin rendah ROE suatu perusahaan maka tingkat pengembaliannya akan semakin rendah pula.

Apabila profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka menunjukkan perusahaan bekerja secara efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba setiap periodenya (Horne dan Wachowicz, 2005:222). Investor yang menanamkan saham pada suatu

perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan return, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor sehingga

mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat.

6. Penelitian Terdahulu

Table 1. Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JURNAL	TAHUN	SINTAKSA	JUDUL	MASALAH	FROSK I VARIABILE	HASIL PENELITIAN
1	Inge Lengua sari muntehe	Jurnal ilmiah akuntansi dan finansial indonesia	2018	S5	PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDUSTRI BARANG BARANG KONSUMSI SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN TAHUN 2014-2017	untuk menganalisa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderasi di perusahaan sub sektor makanan dan minuman.	X1= profitabilitas. X2= struktur modal X3= variabel moderasi Y= nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap perusahaan 2. Struktur modal seimbang antara laba makanan dan juga minuman 3. Variabel moderasi yang mempengaruhi

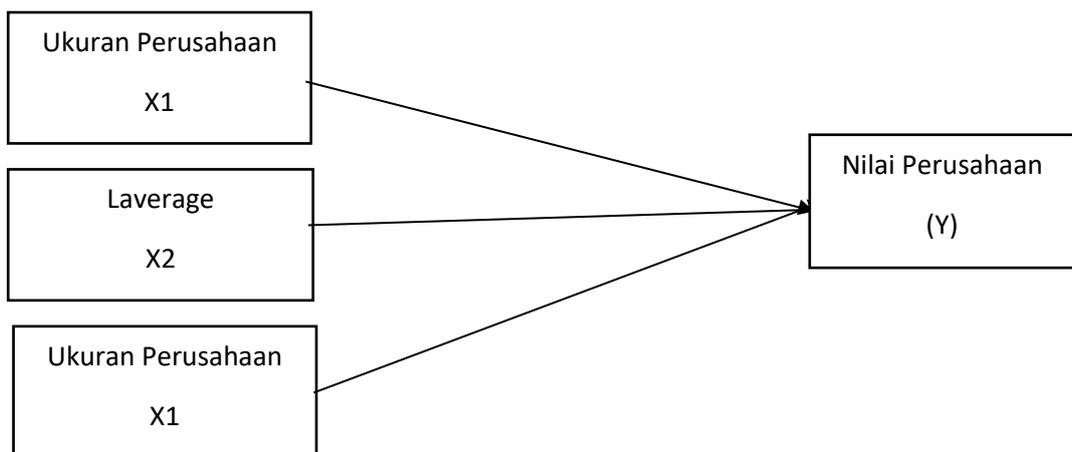
								<p>i hubungan profitabilitas suatu perusahaan.</p> <p>4. Pengungkapan sosial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
2	Dina shafarina dwiastuti, vaya	Jurnal Aset	2019	S3	Pengaruh ukuran perusahaan, dan kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan .kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI	X1 = ukuran perusahaan X2 = kebijakan hutang X3 = profitabilitas	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan pada

								perusahaan manufaktur sektor industri dan kimia yang terdaftar di BEI th 2013-107
--	--	--	--	--	--	--	--	---

B. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan bagan yang menghubungkan antara variabel penelitian.

Berdasarkan uraian tentang tinjauan literatur dan pengembangan hipotesis, maka dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



C. PERUMUSAN HIPÓTESIS

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat digambarkan melalui total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aktiva perusahaan. Eka (2010) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah.

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Respon yang baik inilah yang akan menentukan prospek yang baik pula sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa

perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan dalam (Pratama dan Wiksuana, 2016).

Hasil penelitian dari Novari dan Lestari (2017), Suwardika dan Mustanda (2017), Febriana (2016), Rudangga dan Sudiarta (2016) menyatakan hal yang sama dengan penjelasan diatas, dimana ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76). Rasio leverage merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman (Wiagustini, 2010:77).

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya leverage yang dihasilkan oleh perusahaan. Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko

yang melekat pada suatu perusahaan. Hal ini berarti leverage yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Leverage perlu dikelola karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Leverage dapat di ukur dengan Debt to Equity Ratio (DER). Karena rasio ini mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan. (Novari dan Lestari, 2017).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (retained earning) dan penyusutan (depreciation) dan dari eksternal perusahaan yang berupa hutang atau penerbitan saham baru (Pratama dan Wiksuana, 2016).

H2: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan variabel yang juga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh perusahaan (Husnan dan Enny, 2002:56). Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu

profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor dalam (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Banyaknya investor yang membeli saham perusahaan, maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaannya (Novari dan Lestari, 2017).

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011:8) yaitu : “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

B. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data dari bursa efek indonesia (BEI). Karena, BEI merupakan sebagai tempat penelitian yang dianggap telah memiliki data-data penelitian dan mudah diakses pada situs resmi <https://www.idx.co.id/>. objek penelitian ini pada perusahaan manufaktur sektor perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia pada periode 2014 – 2017.

C. Definisi dan Pengukuran Variabel

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021:61).

Pada penelitian ini telah ditentukan dua variabel yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas).

a) Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel Dependen sebagai variabel konsekuensi. Dalam penelitian ini yang dijadikan Variabel dependen Adalah Nilai Perusahaan.

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Perlembar}}{\text{Book Value (BV)}}$$

b) Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variable yang lain (Variabel Dependen). Variabel Independen dinamakan pula dengan variabel yang diduga sebagai sebab dari variabel independen, yaitu variabel yang digunakan sebab akibat. Dalam penelitian ini variabel yang dijadikan variabel independen adalah: Ukuran Perusahaan (X1), Leverage (X2), dan Profitabilitas (X3).

1) Ukuran perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2010:4) adalah Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh besar kecilnya aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva. Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi.

Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan yang memiliki aset dalam jumlah yang banyak akan lebih mudah memperoleh pinjaman karena jumlah dan nilai aset yang dapat dijaminkan lebih besar.

Berikut rumus ukuran perusahaan dengan menggunakan total asset :

Ukuran Perusahaan = LN (Total Aset).

2) Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai

dengan hutang. Rasio leverage merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman. Variabel ini diukur dengan menggunakan Debt To Total Equity Ratio (DER). Dan berikut adalah rumus nya :

$$DER = \frac{\text{Total Uang}}{\text{Ekuitas}}$$

Debt to Equity Ratio = Rasio Utang terhadap Ekuitas. Total Debt = Jumlah Utang.

Total Equity = Jumlah Ekuitas.

D. Metode Pengumpulan Data

metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder. Data yang digunakan yaitu laporan keuangan yang diperoleh dari perusahaan industri barang konsumsi yang dipublikasikan oleh

E. Metode Pengumpulan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017, namun perusahaan yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian akan dikeluarkan dari sampel.

F. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

3) Profitabilitas

Profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor. Dalam penelitian ini digunakan rasio Return On Asset (ROA). ROA mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba yang lebih besar.

BEI melalui website resmi Bursa Efek Indonesia <https://www.idx.co.id/> untuk periode tahun 2014 – 2017.

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan dokumentasi dan mempelajari dokumen-dokumen yang berupa laporan keuangan.

Penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada metode Purposive Sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan pertimbangan kriteria tertentu.

Kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang menyajikan laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah .

statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan deskripsi atas variabel-variabel

penelitian, baik variabel independen maupun variabel dependen. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness atau kemencengan distribusi.

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit.
- b. Uji Multikolinieritas Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Nilai toleran yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi dan menunjukkan kolinieritas yang tinggi. Nilai cut off bagi angka toleran adalah sebesar 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.
- c. Uji Autokorelasi Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelum) (Ghozali, 2011). kriteria apabila tidak terjadi autokorelasi ditentukan dengan Durbin Watson, yaitu dengan cara membandingkan antara nilai DW test dengan nilai pada tabel pada tingkat k (jumlah variabel bebas), n (jumlah sampel), dan α (tingkat signifikan yang ada. Jika nilai DW test $> du$ dan DW test $< 4 - du$ maka disimpulkan bahwa model yang diajukan tidak autokorelasi pada tingkat signifikan tertentu.
- d. Uji hetroskedastisitas Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu ke pengamatan ke

pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

G. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah metode regresi berganda. Model yang digunakan dalam regresi berganda bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = nilai perusahaan

A = nilai konstanta

b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi

X₁ = ukuran perusahaan

X₂ = leverage

X₃ = profitabilitas

E = variabel pengganggu (standard error)

H. Pengujian Hipotesis

1. Uji koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) adalah persentase yang menunjukkan seberapa besar variabel independen (ukuran perusahaan profitabilitas, leverage, dan intensitas modal) dapat menjelaskan variabel dependennya yaitu effective tax rate. Dengan

pengukuran koefisien determinasi ini akan dapat diketahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Apabila koefisien determinasi (R²)=0 berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sebaliknya untuk koefisien determinasi (R²)=1 maka terdapat hubungan yang sempurna. Digunakan adjusted R² sebagai koefisien determinasi apabila regresi variabel bebas lebih dari dua (Ghozali, 2011).

2. Uji Layak Model (Uji F)
Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel

independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2011).

Jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05 maka semua variabel independen (ukuran perusahaan,, leverage, dan profitabilitas) secara serentak berpengaruh

terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka semua variabel independen (ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas) secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dilakukan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual parsial. Penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan kriteria sebagai berikut :

Jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05 menyatakan bahwa secara parsial variabel independen (ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas) berpengaruh

terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 menyatakan bahwa secara parsial variabel independen (ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017. Berdasarkan pemilihan sampel yang mengacu pada metode purposive sampling yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dari 43 perusahaan tersebut terdapat perusahaan yang tidak dipakai sebagai sampel penelitian karena tidak memenuhi kriteria sehingga jumlah perusahaan industri barang konsumsi yang dijadikan sampel adalah 23 perusahaan.

Maka dilakukan kriteria sebagai berikut :

Kriteria pemilihan sampel

Kriteria Penentuan Sampel	Jumlah
Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Konsumsi Yang Terdaftar di BEI selama tahun 2014 -2017.	43
Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan (Annual Report) secara konsisten pada 2014-2017.	13
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak memiliki laba positif selama tahun 2015-2017.	7

Jumlah sampel penelitian tahun 2014-2017 .	23
Tahun pengamatan	4
Total sampel dalam penelitian 23 x 4 tahun	92

Jumlah perusahaan manufaktur perusahaan industri yang terdaftar di BEI berjumlah 43 perusahaan. Dari perusahaan tersebut terdapat 13 tetapi tidak menerbitkan laporan keuangan selama periode 2014-2017 dan terdapat 7 perusahaan yang tidak memiliki laba positif. Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel

sebanyak 23 perusahaan dikalikan 4 tahun pengamatan selama 4 tahun mulai dari 2014 sampai dengan 2017 sehingga total pengamatan sebanyak 92 pengamatan dari hasil seleksi sampel penelitian. Berikut ini nama-nama perusahaan yang akan dijadikan sampel dalam penelitian.

Daftar nama perusahaan

Industri barang konsumsi

No	Nama perusahaan	Kode
1.	Wilmar Cahaya Indonesia	Ceka
2.	Delta Djakarta	Dlta
3.	Indofood Cbp	Icbp
4.	Indofood	Indf
5.	Multi Bintang	Mlbi
6.	Mayora	Myor
7.	Nippon Indosari Carpindo	Roti
8.	Sekar Bumi	Skbm
9.	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company	Ultj
10.	Gudang Garam	Ggrm
11.	HM Sampoerna	Hmsp
12.	Wismilak Inti Makmur	Wilm
13.	Varia Laboratoria	Dvla

14.	Kimia Farma	Kaef
15.	Kalbe Farma	Klbf
16.	Merck	Merk
17.	Pyridam Farma	Pyfa
18.	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul	Sido
19.	Tempo Scan Pacific	Tspc
20.	Akasha Wira International	Ades
21.	Mandom Indonesia	Tcid
22.	Unilever Indonesia	Unvr
23.	Chitose Internasional	Cint

B. Analisis Data

Berdasarkan data sampel yang bersumber pada laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan dalam website IDX 2014-2017 diperoleh deskripsi mengenai variabel –

variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Gambaran atau deskripsi dari suatu data ini dilihat dari sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Size	92	25,796	32,151	28,88896	1,644550
Leverage	92	,071	3,029	,71823	,610327
Roa	92	,015	1,372	,14992	,166940
Pbv	92	,320	1615,452	28,03537	169,111698
Valid N	92				

variabel Ukuran Perusahaan terendah (minimum) adalah 25,796 yaitu pada Pyridam Farma Tbk pada tahun 2017, dan yang tertinggi (maximum) yaitu 32,151 pada Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2015. Kemudian rata-rata ukuran perusahaan yaitu 28,888.96 artinya bahwa rata-rata perusahaan

manufaktur sektor industri barang konsumsi mempunyai Ukuran Perusahaan (Size) sebesar 28,888.96, sementara standar deviasi sebesar 1,644.550 menunjukkan simpangan data yang relatif kecil, karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya.

Variabel Leverage terendah (minimum) adalah .071 yaitu pada Industry Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada tahun 2014, dan yang tertinggi (maximum) yaitu 3.029 pada Multi Bintang Tbk pada tahun 2014. Kemudian rata-rata Leverage yaitu .71823, artinya bahwa rata-rata perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi mempunyai leverage (DER) sebesar .71823, sementara standar deviasi sebesar .610327 menunjukkan simpangan data relatif kecil, karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya.

Variabel Profitabilitas terendah (minimum) adalah .015 yaitu pada Industry Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada tahun 2015, dan yang tertinggi (maximum) yaitu 1.372 pada Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk pada tahun 2017. Kemudian rata-rata Profitabilitas yaitu .14992, artinya bahwa rata-rata perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi mempunyai Profitabilitas sebesar .14992, sementara standar deviasi sebesar .166940 menunjukkan simpangan data relatif besar, karena nilainya yang lebih kecil daripada nilai mean-nya. variabel Nilai Perusahaan terendah (minimum) adalah .320 yaitu pada Merck Tbk pada tahun 2015, dan yang tertinggi (maximum) yaitu 1615.452 pada Multi Bintang Tbk pada tahun 2014. Kemudian rata-rata Nilai Perusahaan yaitu 28.13537, artinya bahwa rata-rata perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi mempunyai Nilai Perusahaan sebesar 28.13537 sementara standar deviasi sebesar 169.111698 menunjukkan simpangan data relatif besar, karena nilainya yang lebih besar daripada nilai mean-nya.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan analisis statistik Kolmogorov-Smirnov pada residual persamaan dengan kriteria pengujian adalah jika probability value $> 0,05$ maka data terdistribusi normal dan jika probability value $< 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan linier antara variabel variabel independen dengan model regresi. Nilai tolerance tidak ada kurang dari 0.10 dan nilai VIF tidak ada yang lebih dari 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas yang serius (Ghozali, 2011).

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Pengujian autokorelasi di dalam pengujian ini menggunakan uji Durbin – Waston (DW test) dengan perbandingan Durbin Waston hitung dengan Durbin Waston table jika $du < dw < 4-du$ maka regresi linier tersebut tidak mengandung autokorelasi positif ataupun negatif

sehingga dapat disimpulkan model persamaan bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2011).

4. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat nilai residual yang sama (homoskedastisitas) atau terdapat pengaruh perubahan variabel bebas dengan nilai mutlak residual sehingga terjadi ketidaksamaan variabel residual dalam model (heteroskedastisitas). Jika terjadi heteroskedastisitas maka penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil penaksiran akan menjadi kurang akurat. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas

atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

D. Pengujian Hipotesis

1. Koefisiensi Determinasi

Uji kolinier determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Koefisien determinasi dalam model regresi persamaan adalah untuk mengetahui seberapa besar ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas dalam menerangkan nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Mode 1		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1		.803	.706	2.514

Berdasarkan data untuk regresi linier diketahui nilai Durbin Watson sebesar 2,390 maka nilai $du = 1,7199$, dan $4 - du = 4 - 1,7199 = 2,2801$ sehingga $1,7199 < 2,390 < 2,2801$. Dengan demikian nilai DW lebih kecil daripada batas atas (dU). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model

regresi terjadi autokorelasi, untuk mengatasi masalah autokorelasi tersebut maka diperlukan uji tambahan, yaitu dengan melakukan uji Run Test. Uji Run Test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis). Adapun hasil

output uji Run Test adalah sebagai berikut :

Uji Autokorelasi dengan Run Test

	Unstandardized Residual
Test Value	-.01877
Cases < Test Value	42
Cases > Test Value	42
Total Cases	82
Number of Runs	51
Z	1.756
Asymp. Sig. (2-tailed)	.079

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan Run Test pada data menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,079 > dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas

dari masalah autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian, masalah autokorelasi dapat teratasi menggunakan uji Run Test.

E. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat nilai residual yang sama (homoskedastisitas) atau terdapat pengaruh perubahan variabel bebas dengan nilai mutlak residual sehingga terjadi ketidaksamaan variabel residual dalam model (heteroskedastisitas). Jika terjadi heteroskedastisitas maka penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil penaksiran akan menjadi kurang akurat. Model

regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang diteliti memiliki nilai signifikan di atas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam artian bahwa varian semua variabel ini menunjukkan independen Ukuran perusahaan, Leverage, Profitabilitas

dapat digunakan untuk mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Industri barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia yang melaporkan laporan keuangannya pada periode 2014-2017.

.000, profitabilitas tingkat signifikan 0.000 dimana nilai-nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

F. Analisis Linear Berganda

Penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat pengaruh antarvariable independent terhadap variable dependen. Dari data penelitian diketahui bahwa semua variabel independen yang diteliti Berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dari ketiga variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi, terdapat dua variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu leverage tingkat signifikan

G. Pengujian Hipotesis

1. Koefisiensi Determinasi
 Uji kolinier determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Koefisien determinasi dalam model regresi persamaan adalah untuk mengetahui seberapa besar ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas dalam menerangkan nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896a	.803	.796	2.532154

Hasil uji koefisien determinasi menggunakan nilai adjusted R² sebesar 0,796 atau sebesar 79,6 % yang berarti bahwa terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan(SIZE), Leverage (DER) dan Profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV). Sedangkan sisanya sebesar 20,4 % dijelaskan oleh variabel lain diluar

model regresi pada penelitian ini.

2. Uji Signifikan Simultan (Uji f)
 Pengujian ini bertujuan mengetahui apakah model regresi Yang digunakan dalam penelitian layak digunakan untuk sebagai model pengujian data dan hipotesis yang diajukan. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah apabila Sig. lebih

kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa model penelitian layak untuk digunakan sebagai model pengujian dalam penelitian sebaliknya, apabila sig. lebih besar

Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F) ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
regresion	2092.993	3	697.664	108.809	000b
Residual	512.944	80	6.412		
Total	2605.938	83			

Berdasarkan tabel 4.13 dari uji ANOVA atau uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 10,869 dan F tabel 2,41 sehingga $108,809 > 2,71$ dan memperlihatkan hasil uji statistic dengan signifikansi sebesar 0.000. bahwa ketentuan bahwa signifikan kurang dari 0.05 artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas secara bersama sama terhadap variabel dependen. Dengan kata lain ukuran perusahaan leverage, ukuran perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan.

3. Uji Parsial (t-test)

Uji digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara linier antara variabel bebas dan variabel terikat.

Data penelitian menunjukkan nilai t hitung untuk masing- masing variabel:

dari 0,05 maka model tidak layak untuk digunakan sebagai model pengujian dalam penelitian. Berikut disajikan uji signifikansi F dalam penelitian ini :

1. Ukuran perusahaan

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,105 $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H₁ ditolak.

2. Leverage

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel leverage sebesar $0,0 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H₂ diterima.

3. Profitabilitas

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel profitabilitas

sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh

terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H₃ diterima.

H. Pembahasan

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan Hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikansi 0,105 yang lebih besar dari 0,05 dan dengan koefisien regresi sebesar 0,278, sehingga dapat dengan arah positif diartikan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Oleh karena itu, H1 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai

dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan dalam Pratama dan Wiksuana (2016).

2. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan Hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam Tabel 4.14 menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikansi 0,000 yang lebih besar dari 0,05 dan dengan koefisien regresi sebesar 5,042, sehingga dapat dengan arah positif diartikan bahwa leverage mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikansi 0,000 yang lebih besar dari 0,05 dan dengan koefisien regresi sebesar 48,518, sehingga dapat dengan arah positif diartikan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang

telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor dalam Suwardika dan Mustanda (2017). Oleh karena itu, H3 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Novari dan Lestari (2017) pengamatan menunjukan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja baik, dan jika laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil atau menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik.

SIMPULAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai pengaruh penilaian kinerja dengan ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas terhadap nilai perusahaan perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017 yang telah dijelaskan pada BAB sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara simultan, variabel ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,796 atau sebesar 79,6% sedangkan sisanya sebesar 20,4 % dipengaruhi variabel lain di luar model penelitian.
2. Hasil uji t nilai probabilitas signifikansi variabel ukuran perusahaan sebesar $0,105 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan.
3. Hasil uji t nilai probabilitas signifikansi variabel leverage sebesar $0,0 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan.
4. Hasil uji t bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel profitabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan.

2. Saran

Adapun rekomendasi dari penulis bagi investor dan bagi manajemen, antara lain :

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini dapat memberi masukan dan solusi terkait dengan permasalahan mengenai penilaian kinerja dengan pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Rata – rata nilai perusahaan 28,035 dan masih banyak terdapat perusahaan konsumsi barang industri yang mempunyai nilai perusahaan dibawah rata-rata. Disarankan untuk memperhatikan kinerja perusahaan khususnya pada ukuran perusahaan. Dengan tingginya nilai ukuran perusahaan maka investor akan tertarik untuk berinvestasi.

2. Bagi Investor

Dalam pengambilan keputusan investasi di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebaiknya investor perlu mempertimbangkan faktor factor leverage dan profitabilitas yang memberikan dampak pada nilai perusahaan. Hal ini terbukti dalam penelitian ini leverage dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semoga dalam penelitian ini para investor dapat menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan investasi dengan melihat kondisi keuangan ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas.

3. Keterbatasan

Keterbatasan dari penelitian ini adalah nilai adjusted R-square 79,6 %. nilai ini mempunyai makna bahwa besarnya pengaruh variabel ukuran perusahaan dengan indikator-indikatornya, leverage dengan indikator-indikatornya, profitabilitas dengan indikator-indikatornya terhadap variabel nilai perusahaan sebesar 20,4 %. Nilai adjusted R-square ini lebih tinggi dari adjusted

R-square penelitian terdahulu sebesar 32,2 %.

DAFTAR PUSTAKA

Rizqia,dkk. (2013) *dalam penelitian Novari dan Lestari* (2007)

Setia (2008) *keputusan investasi, struktural modal, profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan.*

Sundjaja dan Berlian (2003) *penggunaan aset dalam pemakaian utang di suatu perusahaan.*

Horne dan Wachowicz, 2005:222, *profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka menunjukkan perusahaan bekerja secara efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba setiap periodenya.*

Pratama dan Wiksuana (2016) *aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan.*

Husnan dan Enny, 2002:56 *kebijakan dan keputusan yang diterapkan oleh perusahaan.*